



« Concevoir et mettre en place une signalétique conceptuelle »

Bibliographie commentée

Stage organisé par l'OCIM
A Nice les 25, 26 et 27 janvier 2011

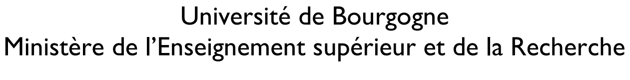
➔ ***Les monographies et articles de cette bibliographie sont disponibles au centre de documentation de l'OCIM***

Conditions de consultation et d'emprunt :
Monographies : sur place ou prêt par courrier à raison de 5 ouvrages au plus, sur demande, pour une durée maximum de 1 mois
Articles de périodiques : sur place ou mise à disposition de photocopies par envoi courrier

Mél : documentation.ocim@u-bourgogne.fr

OCIM
Office de Coopération et d'Information Muséales
36, rue Chabot Charny
21000 Dijon - France
Téléphone + 33 3 80 58 98 50
Télécopieur + 33 3 80 58 98 58
www.ocim.fr

Université de Bourgogne
Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche







SOMMAIRE

L'OCIM remercie les professionnels qui ont contribué à enrichir ce document !



N'imprimez ce document que si vous en avez l'utilité !



MONOGRAPHIES DU CENTRE DE DOCUMENTATION

Petite sociologie de la signalétique : Les Coulisses des panneaux du métro / DENIS Jérôme ; PONTILLE David
Paris : Presses de l'Ecole des Mines, 2010. - 199 pages
ISBN 978-2-911256-14-1
Résumé : Dans les villes, sur les routes, au supermarché : les panneaux indicateurs sont partout. Si leur présence semble évidente, leur forme, leur contenu, leur emplacement ne vont pourtant pas de soi. Ils sont le résultat d'un travail complexe qui produit des espaces hybrides, où signes et architectures sont entrelacés. Le métro parisien illustre les multiples facettes d'un dispositif ambitieux qui vise à transformer aussi bien les espaces que le comportement des usagers. Analyse.

Scénographie d'exposition / HUGHES Philip
Paris : Eyrolles, 2010. - 224 pages
ISBN 978-2-212-12584-9
Résumé : La scénographie est aujourd'hui une discipline indissociable du monde des expositions, temporaires ou permanentes. À la fois artistique, pratique et conceptuelle, sa qualité première se révèle dans sa capacité à établir un lien évident entre un thème, un univers, un propos, une œuvre, etc. et le public. Présentation illustrée des aspects concrets d'une pratique responsable du métier : sécurité, confort, lisibilité, ergonomie, interactivité, intégration d'éléments audiovisuels, construction.

Digital technologies and the museum experience : Handheld guides and other media / WALKER Kevin, TALLON Loïc
Lanham : Altamira Press, 2008. - 238 pages
ISBN 978-0-7591-1121-9
Résumé : A la fin de la décennie 2000, la tendance dans les expositions muséales est l'utilisation créative des nouvelles technologies. Comment ces technologies peuvent-elles transformer l'expérience du musée ? Recueil de 11 essais qui analysent le potentiel, notamment graphique, des technologies mobiles (téléphones portables, appareils photos numériques, lecteurs MP3, Personal Digital Assistants (PDA)) pour stimuler l'interactivité entre visiteurs et leur apprentissage.

Creating great visitor experiences : A Guide for Museums, Parks, Zoos, Gardens, & Libraries / WEAVER Stephanie
Walnut Creek : Left Coast press, 2007. - 207 pages
ISBN 978-1-598-74168-1
Résumé : L'expérience du monde des organisations à but lucratif, qui basent leur réussite sur la satisfaction du visiteur, peut s'avérer éclairante pour les stratégies des musées et autres organisations culturelles. Guide en huit étapes pour créer un climat optimal dans lequel l'institution peut se développer. L'endroit-il est accueillant ? Le personnel communique-t-il bien ? Ces détails pratiques peuvent avoir plus d'influence sur le public qu'une exposition ou qu'une programmation. Démonstration.

Identités graphiques et culturelles / HYLAND Angus
Paris : Pyramyd NTCV, 2006. - 173 pages
ISBN 978-2-350-17022-0
Résumé : L'image des institutions dédiées aux arts vivant et aux arts plastiques tient une place grandissante, offrant aux graphistes un terrain d'expérimentation et de défi sans précédent. À travers un large échantillon de projets, sélection et présentation des identités visuelles les plus récentes et les plus convaincantes réalisées pour des institutions culturelles, qu'il s'agisse de galerie, de théâtre ou bien de musée.



Lire l'espace, comprendre l'architecture : Essais sémiotiques / HAMMAD Manar
Limoges : Pulim, 2006. - 372 pages
ISBN 978-2-84287-414-5
Résumé : Recueil de textes consacrés aux questions de notre rapport à l'espace ; rapport conçu comme dominé par la dimension d'un sens culturellement déterminé, inscrit dans un cadre historique et géographique. Propositions pour une vision unificatrice de l'espace, de l'architecture et du sens.

Images d'exposition exposition d'images / JACOBI Daniel ; LOCHOT Serge
Dijon : OCIM, 2005. - 135 pages
ISBN 978-2-11-095281-4
Résumé : Dans les expositions, les images occupent une place de choix. Qu'il s'agisse de documents iconiques originaux ou de reproduction, on les retrouve dorénavant partout. Exposer des images ou les associer à d'autres éléments qu'elles interprètent, suppose de répondre à deux questions : où trouver une iconographie riche et originale et comment se la procurer ? Comment la mobilisation et l'accrochage des images au sein du discours de l'exposition contribuent-elles à construire un sens susceptible d'être reconnu par les visiteurs ?

Lire, écrire, récrire : Objets, signes et pratiques des médias informatisés / SOUCHIER Emmanuel ; JEANNERET Yves ; LE MAREC Joëlle
Paris : Bibliothèque publique d'information, 2003. - 349 pages
ISBN 978-2-84246-071-6
Résumé : Quelles relations peut-il y avoir entre un ensemble de sites Web reliés à la Bibliothèque nationale de France, des messages électroniques échangés par un groupe d'étudiants, un corpus de « textes Web » sur les OGM (organismes génétiquement modifiés) ou bien encore les pratiques de travail dans une bibliothèque en cours de réaménagement ? Ces différents « terrains d'analyse » ont en commun d'être des lieux privilégiés pour observer la circulation des formes écrites dans la société et la façon dont cette circulation participe de la médiation sociale des savoirs. Issu d'une série de questionnements sur les transformations contemporaines du rapport à l'écrit, le projet de ce livre se fonde sur un ensemble de recherches individuelles et collectives menées depuis plusieurs années autour de « l'écrit d'écran », des « écrits de réseaux » et de l'analyse des usages des nouvelles technologies liées aux institutions culturelles. Recherches mues par le même souci de cerner et de comprendre les interrelations tissées entre le technique, le sémiotique et les usages des médias informatisés.

Le Texte au musée : Une Approche sémiotique / POLI Marie-Sylvie
Paris : L'Harmattan, 2002. - 130 pages
ISBN 978-2-7475-3153-8
Résumé : Au musée comme dans l'exposition, l'écrit nomme, date, explique, questionne, guide, raconte, émeut, provoque, etc. Cet ouvrage étudie les aspects sémiotiques de cette médiation écrite depuis la production de textes par des conservateurs et des commissaires experts jusqu'à leur réception par les visiteurs. Toutes les formes d'énoncés sont aujourd'hui mobilisées par les professionnels des musées pour communiquer avec leur public : du cartel minimaliste de l'exposition d'art contemporain aux innombrables panneaux explicatifs qui jalonnent les expositions de science, d'ethnographie ou de société. L'analyse des discours muséographiques ainsi produits montre que loin de former une mosaïque sommaire de mots éparpillés, ils dessinent des parcours de visite et véhiculent des représentations symboliques, des points de vue subjectifs ou des stéréotypes culturels autant que des savoirs objectifs.

La Muséologie des sciences et ses publics : Regards croisés sur la Grande galerie de l'évolution du muséum d'Histoire naturelle / EIDELMANN Jacqueline ; PLACHEZ Jean-Noël ; SERFASS-DENIS Anne ; VAN PRAET Michel
Paris : P.U.F., 2000. - 317 pages
ISBN 978-2-13-050920-7
Résumé : Le présent ouvrage explicite le parti pris d'une muséologie d'objets et d'idées où les visiteurs sont au centre du dispositif de médiation. Puis, sont analysés les rapports qui s'engagent entre les publics et l'offre muséale. Enfin sont formalisés les systèmes d'interactions et de partenariats entre les différentes catégories d'acteurs.

Voir, comprendre, analyser les images / GERVEREAU Laurent
Paris : La Découverte, 2000. - 191 pages
ISBN 978-2-7071-4299-3
Résumé : Guide d'analyse iconographique. La plupart des types d'image est abordée : l'iconographie scientifique, les iconographies artistique, décorative, de propagande ou technique. Réunissant les préoccupations issues de diverses disciplines, l'auteur propose une grille d'analyse générale de l'image.

Signs, symbols and icons : Pre-history to the computer age / SASSOON Rosemary ; GAUR Albertine
Exeter : Intellect, 1997. - 191 pages
ISBN 978-1-87151-673-9
Résumé : Étude sur l'iconographie au travers des âges, qui argumente que la présentation symbolique est un élément du subconscient collectif depuis la nuit des temps.

Pratique de la signalétique d'interprétation / TOCHE Jean ; BRINGER Jean-Pierre
Montpellier : L'Atelier Technique des Espaces Naturels, 1996. - 104 pages
ISBN 978-2-912801-48-7
Résumé : L'interprétation est un atout pour une meilleure gestion des espaces naturels protégés. Elle est indispensable pour que le public puisse comprendre leur signification et leur valeur. Elle influence son comportement et peut aussi agir sur la distribution des flux de visiteurs. Encore faut-il savoir la mettre en œuvre sur le terrain. C'est précisément l'objet du présent ouvrage.

Text in the exhibition medium / BLAIS Andrée
Montréal : Musée de la Civilisation, 1995. - 314 pages
ISBN 978-2-89172-024-5
Résumé : Recueil de considérations théoriques et pratiques sur la présentation du texte dans l'environnement muséal.

Museums and their visitors / HOOPER-GREENHILL Eilean
Londres : Routledge, 1994. - 206 pages
ISBN 978-0-415-06857-4
Résumé : Les musées sont à un moment clé de leur histoire ; leur avenir est conditionné par leur faculté à communiquer avec leur public. Comment développer cette fonction, alors que certaines catégories de public (scolaire, familial, handicapé) ont des besoins spécifiques ? Les objets et textes, en tant que médias privilégiés des musées, cristallisent de nombreux enjeux de cette problématique. Analyse des usages linguistiques dans les musées.

Writing as a visual art / RICHARDSON James ; TONFONI Graziella
Oxford : Intellect, 1994. - 189 pages
ISBN 978-1-871515-38-2
Résumé : Guide pratique pour l'activité de rédaction. De la construction d'un texte à sa reproduction sur support, tous les aspects créatifs de l'écriture sont abordés : les différents types de discours, les symboles visuels (aide à la lecture), les formes (2D et 3D) que peut prendre un texte, etc.

Architecture et aménagement des musées / HAUTECOEUR Louis
Paris : RMN, 1993. - 76 pages
ISBN 978-2-7118-2945-6
Résumé : Le musée doit-il être uniquement un « cabinet de curiosité », ou doit-il exercer une influence sur la vie sociale et être intimement lié au développement intellectuel du public, en même temps qu'il sert aux études des savants ? Si l'on répond affirmativement à cette seconde question, quelles sont les meilleures méthodes à appliquer dans ce domaine ? Telle était la réflexion que s'étaient imposés les fondateurs de l'Office international des musées en 1927 (futur ICOM). Or les réponses apportées dans les années 1930 restent de la plus vive actualité alors que de nos jours les aménagements muséaux ne se comptent plus. Retour sur 70 ans de réflexions muséographiques et architecturales.

Ecrire sur les murs / NEGUS Dick ; JACOBI Daniel ; POLI Marie-Sylvie ; KENTLEY Eric
Dijon : OCIM, 1993. - 58 pages
ISBN 978-2-11-087697-3
Résumé : Le texte demeure un élément irremplaçable de l'exposition. Titres, étiquettes, panneaux, autant de textes qui nomment, désignent, commentent, racontent, décrivent et expliquent. Les étiquettes sont les premières aides à l'interprétation. Sans le texte, le musée et l'exposition cessent d'être des lieux à la portée du plus grand nombre. Concevoir et planifier l'écrit longtemps à l'avance, rédiger des textes clairs, lisibles, bien les disposer dans l'exposition, les éditer avec soin font partie des savoir-faire élémentaires du muséographe professionnel. Comment produire et éditer des textes attractifs et lisibles ? Ce petit guide rappelle quelles sont les préconisations élémentaires à respecter.

L'Ecrit dans le média exposition / BLAIS Andrée
Québec : Musée de la Civilisation, 1993. - 278 pages
ISBN 978-2-551-13160-x
Résumé : Réflexions, conseils et informations pratiques sur la rhétorique du texte, sa réception, sa production, sa présentation, exprimés par douze spécialistes en provenance d'horizons variés.

Museum graphics / Society for the Preservation of Natural History Collections
Londres : Thames and Hudson, 1992. - 192 pages
ISBN 978-0-500-23635-2
Résumé : Ces dernières années, les musées ont beaucoup évolué : leurs missions ont été redéfinies, leur importance et leur prestige s'en sont trouvés renforcés. Cette tendance s'est concrétisée par le développement d'identités graphiques pour communiquer effectivement avec les publics. Présentation de 59 projets muséaux provenant de 10 pays différents ; tous les aspects graphiques sont évoqués : logo, signalétique interne et externe, affiches, documents, produits, etc.



ARTICLES DE PERIODIQUES DU CENTRE DE DOCUMENTATION

Designing museum and gallery shops as integral, co-creative retail spaces within the overall visitor experience / McINTYRE Charles
in **Museum Management and Curatorship vol. 25 n° 2 (2010)**. - pp. 181-198
Résumé : Une étude réalisée dans les musées d'art révèle que les boutiques de musée sont perçues par les visiteurs comme un lieu intégré à leur expérience de visite, et non pas seulement comme un magasin de souvenirs, dont le rôle se restreindrait à garder en mémoire son expérience après la visite. Ces boutiques peuvent donc contribuer à créer une expérience immersive et personnelle. Les espaces commerciaux doivent être mieux intégrés à la structure, avec des espaces aux caractéristiques distinctes, et contribuer aux activités de création proposées aux visiteurs. Explication.

La Stratégie de marque des musées : Information + Image + Environnement = Expérience / WARBURTON Matt
in **Muse vol. XXVIII/2 (2010)**. - pp. 37-41
Résumé : Entretiens avec des designers graphiques en charge de projets muséaux. Ils expliquent plusieurs aspects de leurs travaux, dont l'identité graphique et le logo de la stratégie de marque développée par les musées ; les espaces de communication dans l'établissement ; et l'expérience globale qu'une stratégie cohérente peut contribuer à créer.

Le Texte dans l'exposition
in **Lettre de l'OCIM n° 132 (2010)**. - pp. 5-47
Résumé : En septembre 2008, l'OCIM proposait une formation sur le thème du texte dans l'exposition. Recueil des interventions. Sont abordés les effets matériels et symboliques du texte dans l'exposition, notamment au travers d'une enquête sur leur interprétation par le public ; les cas particuliers des textes pour enfants, de la traduction et des malvoyants.

La RFID au service de l'analyse du parcours muséal des visiteurs / JAMBON Francis ; MANDRAN Nadine ; PERROT Christian
in **Lettre de l'OCIM n° 113 (2007)**. - pp. 11-17
Résumé : Analyser le parcours des visiteurs tout au long d'une exposition n'est pas chose aisée. Les auteurs montrent comment la technique de l'identification radiofréquence (RFID) peut apporter une aide significative à cette analyse et quels en sont les résultats, les limites et les perspectives.

Texts and labels / GASCOIGNE Laura
in **Museum Practice Magazine n° 39 (2007)**. - pp. 49-67
Résumé : Comment trouver les « bons mots » pour faire passer un message ? Cette question se pose souvent lors de la rédaction de cartel, ou encore au cours de la rédaction d'article.

Update: signage
in **Museum Practice Magazine n° 20 (2002)**. - pp. 49-66
Résumé : Dossier composé de 4 articles sur la signalétique, dont la vocation est l'orientation des visiteurs de manière concise et précise dans le parcours muséal (panneaux, plan des galeries, etc.).

Comment le public utilise-t-il les repères de guidage de l'activité de visite ? / VITALBO Valérie
in **Lettre de l'OCIM n° 74 (2001)**. - pp. 17-24
Résumé : Partir à la découverte du patrimoine culturel d'une ville nécessite d'être en mesure de s'orienter. L'orientation dépend des différentes signalétiques urbaines mises en place et de leur complémentarité.

La Signalétique en relief / SCHWARTZ Corinne
in **Lettre de l'OCIM n° 74 (2001)**. - pp. 12-15
Résumé : Lorsqu'il est question de rendre un lieu accessible à tous les types de public, le plus fréquemment ne sont pris en compte que les personnes en situation de handicap moteur ; or rendre un lieu accessible aux amblyopes et aux non-voyants nécessite des aménagements spécifiques pour d'une part, permettre à ceux qui sont atteints de cécité de se mouvoir dans les lieux, et, d'autre part, accéder à l'information. La signalétique en relief constitue une réponse à ce problème d'accès à l'information.

Gestion des flux touristiques
in **Espaces tourisme & loisirs n° 166 (1999)**. - pp. 17-33
Résumé : Dossier composé de plusieurs articles : la capacité d'accueil. Une notion essentielle dans les sites naturels ; organiser, étaler et limiter les flux dans les sites culturels ; qui sont donc les plaignants ? ; rendre l'attente intelligente ; etc.

De l'Utopie du musée cybernétique à l'architecture des parcours dans les musées / RIEUSSET-LEMARIÉ Isabelle
in **Publics et Musées n° 16 (1999)**. - pp. 130-128
Résumé : Etude de l'importance du critère de la spatialisation dans la conception des musées. Comment le « musée cybernétique », en privilégiant l'information aux dépens de la spatialisation, conduit-il à la forme paradoxale d'un musée substituant aux objets leur fiche d'inventaire ? Comment l'exigence de la spatialisation de l'information conduit-elle, au contraire, à développer dans les musées et les expositions virtuelles une véritable architecture des parcours favorisant l'interaction des visiteurs ? Analyse.

Orientation and circulation /
in **Visitor Behavior vol. 10 n° 2 (1995)**. - pp. 3-17
Résumé : Numéro spécial dressant un panorama de la littérature traitant le thème de l'orientation du visiteur.

L'Accueil dans les musées / LEHALLE Evelyne
in **Publics et Musées n° 4 (1994)**. - pp. 75-134
Résumé : Dossier composé de 6 articles sur l'accueil dans les musées : redonner un sens à la notion d'accueil ; le Louvre, les formations à la fonction d'accueil ; la signalétique sur le lieu d'accueil, être lu sans être vu ; l'accueil et l'architecture ; l'amélioration de l'accueil des scolaires dans les musées ; les trois moments de l'accueil vus par l'Observatoire permanent des publics.

Dans l'exposition ce qui est écrit / POLI Marie-Sylvie
in **Lettre de l'OCIM n° 32 (1994)**. - pp. 30-35
Résumé : Réflexion sur le texte et sa présentation dans l'exposition.

Un Nouveau système d'auto-guidage pour non-voyants / NEID Laurence
in **Lettre de l'OCIM n° 30 (1993)**. - pp. 9-17
Résumé : Description d'un système de guidage mis en place au musée des Beaux-Arts Jules Chéret à Nice.

What makes museum labels legible? / SMITH Jeffrey K. ; WOLF Lisa F.
in **Curator vol. 36 n° 2 (1993)**. - pp. 95-110
Résumé : Aspects techniques de présentation des étiquettes : contraste, police et taille de caractère, etc.





Fractures muséales / LAIGNEAU Monique
in **Lettre de l'OCIM n° 24 (1992)**. - pp. 24-29
Résumé : A partir de trois exemples, réflexion sur l'entrée du musée, l'accueil.

Sign language / ROTH Evan
in **Museum News vol. 71 n° 6 (1992)**. - pp. 56-58
Résumé : Démonstration de l'importance du graphisme dans la signalétique des musées.

Textes et publics dans les musées / SCREVEN Chandler G. ; SAMSON Denis ; JACOBI Daniel ; GOTTESDIENER Hana ; DESJARDINS Julie
in **Publics et Musées n° 1 (1992)**. - 161 pages
Résumé : Numéro sur le texte dans le musée : les étiquettes dans les musées et les expositions scientifiques et techniques ; comment motiver les visiteurs à la lecture des étiquettes ; l'évaluation formative et la genèse du texte ; la lecture de textes dans les musées d'art ; le parti pris des mots dans l'étiquette.

Visitor orientation and circulation / BITGOOD Stephen
in **Visitor Behavior vol. 7 n° 3 (1992)**. - pp. 15-16
Résumé : Présentation des principes d'orientation conceptuelle, des principes de la circulation des visiteurs et des principes d'orientation au musée.

Instructional signage / COOK Robert A.
in **Curator vol. 32 n° 1 (1989)**. - pp. 16-23
Résumé : A partir de l'exemple du Tulsa zoological park (USA), recueil de ce qu'il faut faire et ne pas faire en matière de signalétique.

Developing an exterior sign program / KORN Randi
in **Technical Report Center for Social Design n° 88-25 (1988)**. - 14 pages
Résumé : La signalétique n'est pas réservée à l'orientation des visiteurs dans le musée, elle est aussi indispensable à l'extérieur. Dans ce cas elle nécessite un traitement spécifique. Explications.

The Effect of instructional signs on museum visitors / BITGOOD Stephen : NICHOLS Grant ; PATTERSON Donald ; PIERCE Michael
in **Technical Report Center for Social Design n° 86-70 (1986)**. - 10 pages
Résumé : Etude des problématiques se présentant lors de réalisation des étiquettes et de panneaux d'exposition.

RESSOURCES COMPLEMENTAIRES

➔ *Tous les ressources web étaient disponibles à la consultation le 12 janvier 2011*

Dossier pédagogique sur l'identité visuelle du Centre Pompidou / RODRIGUEZ Marie-José
Paris : Centre Pompidou, Direction de l'action éducative et des publics, 2010.
Résumé : Dans les années 1970, le Centre Pompidou a ouvert la voie à ce qu'il est aujourd'hui convenu d'appeler le graphisme culturel. Le projet propose alors une identité visuelle en adéquation avec le projet architectural dont elle sait épouser et servir les principes novateurs. La notion englobe le logo, la charte graphique, la signalétique, les affiches, les catalogues et jusqu'au site Internet. Aujourd'hui, l'on peut voir affleurer par couches successives les traces de ce passé. Retour sur cette expérience.

Un Langage tous terrains / VIENNE Véronique
in **Étapes n° 183 (2010)**. - pp. 28-35
Résumé : Les pictogrammes parsèment notre environnement. Si leur compréhension universelle fait mouche dans les situations de danger ou de catastrophe, ils gagnent aujourd'hui l'art et même les unes de presse. Explications.

Muséographie, signalétique et encre électronique / RIVES Bruno
Paris : Labo BnF, 2010.
Résumé : Le Labo BnF (Bibliothèque nationale de France) est un laboratoire expérimental public des usages des nouvelles technologies de lecture, d'écriture et de diffusion de la connaissance. La signalétique du Labo BnF est basée sur des écrans à base d'encre électronique et sur un format spécifique assurant une lisibilité maximum. Présentation du dispositif.

La Visite est à vous : Visite augmentée / BOEZENNEC Kevin
Paris : ENSCI, 2009. - 57 pages
Résumé : Rapport d'étude sur la visite augmentée d'un étudiant de l'École Nationale Supérieure de Création Industrielle (ENSCI - Les Ateliers), dans le cadre du Mastère création et technologie contemporaine. Il traite de la manière dont les musées utilisent signalétiques et scénographies pour revendiquer une image de leurs lieux d'expositions.

The Complete 104 manual, an introduction to the graphic language of 104
Amsterdam : Experimental Jetset, 2008. - 230 pages
Résumé : Présentation des développements successifs de l'identité graphique du 104, lieu de création et de production artistique de la Ville de Paris.

Typographie et architecture, interview de Pierre Di Sciullo / PRESSE PAPIER ; BRUNEAU Marie ; GENIER Bertrand
in **Étapes n° 154 (2008)**. - pp.48-56
Résumé : Le travail de Pierre di Sciullo, designer de renom, croise de plus en plus les échelles et les problématiques de l'architecture. Discussion des liens entre ces 2 disciplines, ou comment voir la typographie en grand.

Fulguro
Paris : Pyramyd NTCV, 2007. - 120 pages
(Collection Design&designer ; n° 59)
ISBN 978-2-35017-070-1
Résumé : Fulguro est un studio graphique fondé en 2001 qui se caractérise moins par une signature forte, que par une approche singulière. Simplicité, efficacité et flexibilité sont des composantes essentielles de son travail, qu'il s'agisse de la création d'une identité visuelle, d'une signalétique, de design d'objets ou de scénographie d'expositions. De 2003 à 2005, Fulguro conçoit l'identité graphique et la signalétique du festival « Les Urbaines » à Lausanne.

L'Histoire du graphisme en France : Conférence du 9 janvier 2007 / WLASSIKOFF Michel
Échirolles : Centre du graphisme, 2007. - 13 pages
Résumé : Selon un parcours historique des origines à nos jours, panorama des différents aspects de la pratique graphique : art de l'affiche, création typographique, graphisme éditorial, graphisme de presse, graphisme d'information, signalétique, graphisme multimédia, habillage télévisuel, etc. La pratique graphique entend préciser les développements des questions signalétiques depuis un siècle et la dialectique qui en résulte entre le graphisme en tant que tel, destiné à l'imprimé ou à l'écran, et la production des signes dans la ville.

Musée, signalétique et conceptualisation de l'activité de visite. Thèse de doctorat en sciences de la culture et de la communication, sous la direction de D. Jacobi / VITALBO Valérie
Avignon : Université Avignon et des Pays du Vaucluse, 2006.
Résumé : La signalétique dans tous les espaces muséographiques est un système permanent destiné à faciliter l'orientation des visiteurs et l'identification des parcours, mais il est admis que la signalétique exerce en outre une fonction dite d'orientation conceptuelle. Cette thèse se propose d'explorer empiriquement de quelle manière l'absence ou la présence de repères signalétiques conçus pour une exposition temporaire dans un musée d'archéologie exercent effectivement cette fonction.

Pierre di Sciullo
Paris : Pyramyd NTCV, 2006. - 120 pages
(Collection Design&designer ; n° 8)
ISBN 978-2-35017-019-5
Résumé : Pierre di Sciullo mène ses recherches graphiques et typographiques sur des supports et des médias variés tels que le livre, l'affiche, la vidéo, l'écran ou les expositions. Il expérimente des procédés d'écriture et des techniques graphiques variés et a créé une longue série de polices de caractères. Présentation de son travail.

Signage systems and information graphics : A Professional sourcebook / UEBELE Andréas ; SCHMIDT-FRIDERICHS Karin
Thames & Hudson, 2006. - 336 pages
ISBN 978-0-5005-1379-8
Résumé : Un système de signalisation est plus qu'une somme de signes et de symboles : il embellie et surtout, donne une identité à un espace. Démonstration par l'exemple, avec des études de cas provenant de divers environnements (musées, écoles, transports, etc.).

La Signalétique conceptuelle entre topologie et schématisation : le cas des parcours d'interprétation du patrimoine / JACOBI Daniel
in **Indice, index, indexation** / KOVACS Susan ; TIMINI Ismaïl
Paris : ADBS, 2006. - pp. 37-48
Résumé : Intervention du colloque « Indice, index, indexation » (GERIICO, Lille, 2005). La signalétique patrimoniale constitue un système singulier, fort différent des autres types de textes affichés dans les lieux de valorisation du patrimoine. Parmi ses fonctions, le dispositif signalétique permet au visiteur de se situer et de trouver son chemin (fonction directionnelle) et l'aide à organiser son activité de visite (orientation conceptuelle). Pourtant, on ne sait pas grand chose de la dimension cognitive que la signalétique exerce sur le public. La création d'une signalétique, soumise à plusieurs types de contrainte, fait apparaître la question de la pertinence. Explications.

Signes humains / DARRAS Bernard
in **Étapes n° 129 (2006)**. - pp. 77-80
Résumé : Alors que le débat sur l'égalité entre les sexes progresse lentement dans la société, on peut s'interroger sur le degré de sexisme des pictogrammes utilisés dans la signalétique. Une promenade urbaine attentive aux pictogrammes mettant en scène des humains en dit long sur le sujet. Les signes d'humains mâles dominent partout alors que ceux des femmes sont le plus souvent confinés aux portes des toilettes. Faut-il veiller à développer une communication visuelle égalitaire ou faut-il tendre vers une communication neutralisée utilisant des figures d'humains asexués ? Éléments de réponse.

Sémiologie graphique : les diagrammes, les réseaux, les cartes / BERTIN Jacques
Paris : EHESS, 1967, ré-édition 2005. - 444 pages
(Collection Les Ré-impressions)
ISBN 978-2-7132-2027-0
Résumé : La sémiologie graphique apporte une réponse objective aux deux questions suivantes : dans quel cas faut-il faire un dessin ? Quel dessin faut-il faire ? La sémiologie graphique remplace l'inventaire classique des formules graphiques par une analyse des moyens et des buts et par un ensemble de règles impératives qui commandent la rédaction graphique, c'est-à-dire le choix des correspondances entre les sensibilités visuelles disponibles et les éléments de l'information.

Integral Ruedi Baur et associés : Identité de lieux
Paris : Pyramyd NTCV, 2004. - 96 pages
(Collection Design&designer)
ISBN 978-2-910565-40-8
Résumé : Le champ d'activité d'Intégral Ruedi Baur et associés se développe principalement autour de l'identité visuelle et la signalétique - il est notamment l'auteur de la signalétique du Centre Pompidou. Analyse du statut de la signalétique, considérée comme le lien entre l'espace et le visiteur, utilisateur du lieu. Selon le contexte, l'accent est mis sur les caractères typographiques, les pictogrammes, le mobilier signalétique, afin d'offrir la meilleure compréhension possible de l'espace.

Corporate design, Köln Bonn Airport / BAUR Ruedi
Paris : Jean Michel Place Editions, 2003. - 62 pages
ISBN 978-2-85893-734-6
Résumé : L'identité visuelle mise en place au Köln Bonn Airport a pour rôle de rendre particulier et reconnaissable l'aéroport bien au-delà de sa signature, mais aussi de participer à la perception de sa spécificité. Présentation du système d'identité visuelle de l'aéroport par son concepteur.





Icones for airport / HERVY Etienne
in **Étapes n° 95 (2003)**. - pp. 59-66
Résumé : L'identité de l'aéroport de Cologne tire son essence d'un pictogramme prompt à remplir tous les offices et acquérir toutes les échelles de tailles, du caractère de fonte jusqu'à la façade d'un bâtiment. Présentation.

L'Homme et ses signes : Signes, symboles, signaux / FRUTIGER Adrian
Gap : Atelier Perrousseaux, 1983, 2e édition 2000. - 319 pages
ISBN 978-2-911220-05-6
Résumé : Retour sur la genèse des tracés pertinents élémentaires et sur l'évolution des signes dans la vie des hommes, à travers les millénaires et les cultures de notre planète. Pour quels usages de nos jours ? Comment comprendre et concevoir un signe ; la fixation de la langue par le signe ; l'évolution du signe en un symbole, en une marque, en un signal ?

Signalisation et signalétique touristique
in **Cahier Espaces n° 63 (1999)**.
Résumé : Sur les routes, mettre en place un schéma de signalisation simple, compréhensible par tous et visible rapidement, est une problématique complexe qui demande un véritable savoir-faire, ainsi qu'en attestent notamment les expériences de la RATP et du musée du Louvre. Etat des lieux de la question illustré d'exemples précis.

Aux Sources de la sémiologie graphique. Colloque « 30 ans de sémiologie graphique » / PALSKY Gilles ; ROBIC Marie-Claire
in **Cybergeo article 147 (2000)**.
Résumé : La sémiologie graphique résulte de recherches développées à partir des années cinquante. Synthèse des règles issues d'une pratique où le sens de la vue est privilégié pour le traitement et la représentation des données.

Le Design d'information / VOLLAIRE Louis
in **Communication et Langages n° 112 (1997)**. - pp. 35-50
Résumé : Le design d'information (Information design) se singularise par rapport au graphisme par ses objectifs fonctionnels d'information. Il est plus ciblé sur la compréhension du récepteur que sur la recherche esthétique. Etude historique et méthodologique.

De l'Arc à la flèche : signalétique mode d'emploi / LE GUERINEL Bénédicte
in **Étapes n° 24 (1996)**. - pp. 45-53
Résumé : Informative ou directionnelle, la signalétique s'inscrit dans une logique de fonctionnement d'un lieu, par touches savamment étudiées. Elle est devenue un art complexe qui fait la part belle aux graphistes. Etat des lieux.

La Dénomination du secteur des expositions de la Cité des Sciences et de l'Industrie de La Villette : rapport d'études / JACOBI Daniel ; LACROIX Jean-Louis
Dijon : CRCM Dijon, 1996.
Non publié
Résumé : Analyse des dénominations utilisées par le secteur des expositions de la Cité des Sciences et de l'Industrie de La Villette.

L'Accueil et les services aux visiteurs : aide-mémoire à l'usage des gestionnaires de musées
Montréal : SMQ, [s.d.]. - 31 pages.
Résumé : Guide pratique pour l'auto-évaluation de la planification et de la mise à jour des dispositifs en place et des services d'accueil, qu'il s'agisse d'informer le visiteur avant son arrivée, de l'accueillir à l'entrée, de l'accompagner pendant sa visite, lorsqu'il part et même après son départ.

An Analysis of visitor circulation: movement patterns and the general value principle /
BITGOOD Stephen
Jacksonville : Jacksonville State University, [s.d.]. - 9 pages
Résumé : La circulation des visiteurs dans le musée détermine ce qu'ils voient, ce qu'ils apprennent et ce qu'ils ressentent. Mais la structure de ces itinéraires est difficile à déterminer. Présentation d'une méthode prédictive qui croise le ressenti de l'expérience avec son « coût » (temps, efforts, etc.).

Étude sur la signalétique touristique du Pays de Figeac
Figeac : Pays de Figeac, [s.d.].
Résumé : Retour sur l'expérience du Pays de Figeac, qui a mis en place une signalétique touristique globale à l'échelle du Pays. Cette étude contient, entre autres, un exemple de cahier des charges.

SITOGRAPHIE

➔ *Tous les sites web étaient disponibles à la consultation le 12 janvier 2011*

ORGANISMES RESSOURCES

En France

Agence pour la promotion de la création industrielle (APCI)
Créée en 1983 à l'initiative des ministres chargés de l'industrie et de la culture, pour contribuer au rapprochement de la Culture, de la Recherche et de l'Industrie, et devenue entièrement privée en 1993, l'APCI développe en collaboration avec ses membres et ses partenaires, des outils et actions collectifs qui valorisent une approche économique, sociale et culturelle du design en France et du design français à l'étranger. Annuaires, guides pratiques, observatoire.

Annuaire des fournisseurs OCIM/France Edition
Cet annuaire recense les sociétés et organismes proposant leurs services et /ou leurs produits aux institutions muséales francophones et européennes. Les entreprises sont classées par thèmes (mots-clés) et par ordre alphabétique. Voir le thème « signalétique » et la rubrique « communication visuelle ».

Institut national de la propriété industrielle (INPI)
Toutes les créations de design, et non seulement de design industriel, sont protégées légalement par le droit de la propriété industrielle géré par l'Institut national de la propriété industrielle (INPI). Il propose une synthèse sur tout ce qu'il faut savoir sur la propriété industrielle et de nombreuses ressources, notamment des fiches à télécharger.

Place au design !
Site pédagogique initié par le secrétariat d'Etat à l'Industrie pour découvrir le design et comprendre le rôle des designers dans le monde de l'industrie et du marketing.

Théorie Design Graphique
Blog pédagogique de Vivien Philizot, enseignant à l'École supérieure des arts décoratifs de Strasbourg. Ressources et cours sur le design graphique, le graphisme et la typographie : Fondamentaux théoriques liés à la pratique du design graphique. Histoire de la typographie, et du graphisme, mise en perspective des productions, des œuvres et des auteurs dans les contextes artistiques, culturels et économiques qui leurs sont propres. Réflexion autour des usages des caractères typographiques des créations contemporaines.

A l'étranger

International Institute for Information Design (IIID)
L'International Institute for Information Design (IIID) est une association professionnelle internationale qui a été créée pour développer la recherche et les pratiques d'optimisation de l'information et de ses systèmes et favoriser le transfert de connaissance à la vie quotidienne, au travail, à l'enseignement et aux sciences.

L'Union des Designers en Belgique (UDB)
L'Union des Designers en Belgique (UDB) est l'association professionnelle nationale agréée d'Architectes d'intérieur, de Designers d'intérieur, de Designers graphistes, de Designers industriels et de produits. Annuaire des professionnels belges du design.

ActionDesign.info

ActionDesign.info est un guichet unique pour les entreprises, les designers et le grand public désirant s'informer sur le design au Québec. Il met à leur disposition des outils concrets et des conseils pour passer à l'action.

